1. ماهیت دو گانه مطبوعات

هر کسی که به تجربه می داند که روزنامه، مجله یا هفته نامه و بولتن خبری چیست، ولی این برداشت غیر علمی، برای درک مفهوم « مطبوعات» کافی نیست. این تصور کلی ذهنی که بشر از هر نوشته ای دارد و آن اینکه در زمان های معین و با یک عنوان همیشگی و ثابت انتشار می یابد، قلمرو مطبوعات را مشخص نمی سازد.
باید دانست نوعی دوگانگی در سرشت مطبوعات وجود دارد؛ با اینکه محصولی صنعتی است، آفریده ای فکری نیز هست. بنابراین، لازم است شرح و بیان حقیقی این مجموعه با بررسی عمیق این دوگانگی و رسیدن به معنای دقیق آن انجام گیرد.

مطبوعات به عنوان محصول صنعتی

با توجه به اهمیت سرمایه گذاری های منقول و غیر منقول و مصرف مواد اولیه در این زمینه و تعداد شاغلان و حقوق بگیران این حرفه، مطبوعات را می توان یکی از رشته های صنعتی به شمار آورد که شاخصه های یک پدیده صنعتی از جمله پیروی از سود و سرمایه را دارد. با این حال شرایط بهره برداری و روش های مدیریت در این رشته، آن را به گونه ای آشکار، از دیگر رشته های صنعتی متفاوت می سازد. روزنامه یا مجله با اینکه در شمارگان بالا منتشر می شوند و خواننگان بسیار نیز دارند، کالایی کم دوام وزوال پذیرند.
سرعت در فروش از دیگر ویژگی های قابل این پدیده است؛ چون در غیر این صورت، روزنامه های به فروش نرفته در پایان روز به کاغذهای باطله تبدیل خواهند شد. به همین دلیل گفته می شود مطبوعات، کالایی صنعتی است که نیاز به انبار ندارد. با وجود این، بر جسته ترین ویژگی مطبوعات، یکسان نبودن قیمت فروش آنها با ارزش تمام شده شان است. برای نمونه، برخی مجله های هفتگی، تعدادی از صفحه های خود را به منظور درج آگهی، به متقاضیان این امر می فروشند و بقیه صفحه های مجله را به دیگر مطالب اختصاص می دهند. بدین ترتیب، در بیشتر موارد، روزنامه به بهایی کمتر از آنچه صرف مواد اولیه آن شده است، به فروش می رسد که این با اصول عمومی صنعتی هم خوانی ندارد. از سوی دیگر، روزنامه، کالایی است که بدون آنکه بهره مادی از آن برده شود، مستهلک می شود و ارزش خود را از دست می دهد. از این رو، آن را کالا نه، بلکه خدمت باید دانست. (1)

2. کار کرد مطبوعات عبارتند از:

الف) خبر رسانی

اولین وظیفه روزنامه، فراهم آوردن اخبار، توضیح دادن، تفسیر کردن و قرار دادن آنها در اختیار مردم است. با اینکه دامنه خبرهای مطبوعات، نامحدود به نظر می رسد، ولی بسیار محدود است؛ زیرا کنجکاوی عامه مردم که خوانندگان اصلی مطبوعات هستند، به تمام جنبه ها و زوایای زندگی معطوف نیست. افزون بر آن، هنوز در ذهن بسیاری از خونندگان روزنامه ( مهم ترین و پر تیراژترین نوع مطبوعات)، روزنامه نگاری تنها پرداختن به مسائل سطحی، حوادث و ماجراهای هیجان انگیز است.

ب) توسعه اطلاعات و معلومات و آموزش

در زندگی امروزی که شرایط موجود، روابط فرد و اجتماع را روز به روز پیچیده تر می سازد، این خدمت جلوه بیشتر یافته است. از آنجا که سرعت گسترش علوم بسیار بیشتر از گذشته است، چه بسا پیش از آنکه پژوهشگران و نویسندگان بخواهند مجموعه ای را تألیف کنند، سرعت علوم، نظریه ها و یافته های آنها را در نوردد و مسائل و پدیده های جدیدی ایجاد کند که تنها از طریق نشریه ها و مطبوعات روزانه یا هفتگی و ماهانه می توان به آنها دست یافت بنابراین ، در این زمینه، انتظار چندانی از مطبوعات عمومی نباید داشت و اصولا این کار کرد بر عهده نشریه تخصصی است که رشته خاصی را به عنوان زمینه تخصصی کار خویش بر می گزیند.

ج) تفریح و سرگرمی

بر اساس جدیدترین آمار در کشور فرانسه، نود درصدخوانندگان مطبوعات، مطالعه روزنامه و دیگر نشریه های عمومی را فرصتی برای سرگرمی و استراحت می پندارند.(2) از همین روست که بیشتر این مطبوعات، صفحه ها و ستونهای ثابت بسیاری را برای انتشار جدول، داستان های دنباله دار، گزارش های هیجان انگیز و چاپ عکس های جالب اختصاص می دهند و تمام تلاش خود را به کار می بندند تا هر چه بیشتر خوانندگان را سرگرم سازند. برای مثال، اگر به تصویرهای چاپ شده در نشریه ها دقت کنیم، متوجه می شویم که بسیاری از آنها ارزش خبری ندارند، بلکه صرفاً تصویری زیبا و عامه پسندند.

د) روان درمانی

مطالعه مرتب روزنامه یا مجله به خواننده کمک می کند که بسیاری ازخواسته هایش را تصفیه کند و خود را از برخی عقده های ناشی ازمحرومیتها برهاند. (3) به همین علت، نظریه پردازان بخش رسانه، با انتشار مطالب منافی عفت عمومی و ناسازگار با هنجارهای جامعه مخالفت می ورزند؛ چون این عمل را در تضاد کامل باهدف مهم مطبوعات در ایجاد آرامش روانی برای افراد جامعه می پندارند.

3. ارکان مطبوعات (4)

الف) سیاست ها و ابزار

صاحبان یا سرمایه گذاران مطبوعات به طور آگاهانه، اهداف، رسالتها و جهت گیری هایی را برای خود تعریف می کنند.

ب) هیئت تحریریه

در این بخش، نویسندگان، طراحان، عکاسان، نمونه خوان ها و ویراستاران فعالیت دارند. اینان بازوان اجرایی یک نشریه را تشکیل می دهند و تهیه محتوای موردنظر صاحبان و سرمایه گازاران به عهده این گروه است. آنها معمولاً یا به شکل حرفه ای به استخدام مؤسسه های مطبوعاتی در می آیند یا در قالب قرار دادهای کوتاه مدت، در برابر مطالب تهیه شده، حق التحریر دریافت می کنند.

ج) تجهیزات فنی و چاپ

بخش مادی این پدیده عبارت است از: کاغذ، دستگاه چاپ، رایانه و ابزار طراحی، امروزه با پیشرفت تکنولوژی در این زمینه، چاپ های سربی یا اُفسِت، جای خود را به دستگاه های چاپِ رایانه ای با قابلیت چاپ عالی و شمارگان بسیار بالا داده اند.

مطبوعات

1. مطبوعات .(69)

مـطـبـوعـات از مـهـم تـريـن و شـنـاخـته شده ترين وسايل ارتباط جمعى اند كه به لحاظ نقش مؤ ثـرشـان در بـرقرارى ارتباطات ، جابه جايى اطلاعات و به ويژه تاءثيرگذارى بر افكار عـمـومى ، داراى اهميّتى چشمگيرند. اهميّت مطبوعات در زمينه هاى علمى ، فرهنگى و اقتصادى بر كـسـى پـوشـيـده نـيست ، امّا تاءثير سياسى شان بيشتر مورد توجّه است ؛ چنان كه براى نشان دادن اهميت سياسى مطبوعات ، آن ها را (ركن چهارم دموكراسى ) نام نهاده اند..(70)

مـطـبـوعـات عـضـوى از خـانـواده بزرگ وسايل ارتباطى و بخشى از زندگى سياسى هر كشور مـحـسـوب مـى گـردنـد.(71) بـا تـوجـّه بـه نـقـش و اهـمـيـّت ايـن بـخـش از وسـايـل ارتـبـاط جـمـعـى در عصر كنونى ، در درس ‍ حاضر با تاريخ چاپ ، پديد آمدن نخستين مطبوعات ، روزنامه هاى پرشمارگان و جز آن آشنا مى شويم .

اختراع چاپ

يـوهـانـس گـوتـنـبرگ آلمانى در حدود سال 1456 م . حروف چاپ را انتخاب كرد. اين اختراع از بـزرگ تـريـن رويـدادهـاى تـاريـخـى در زمـينه وسايل ارتباط جمعى و دانش عمومى است . در آن روزگـار چـاپـخـانـه گـوتـنبرگ ، چاپخانه اى ابتدايى و بسيار ناچيز بود كه تمام كارهاى چاپى اش با دست انجام مى شد.

شـيـوه گوتنبرگ در چاپ چنين بود كه نخست يك صفحه حروف چينى شده را به مركب آغشته مى كرد و سپس صفحه كاغذى بر رويش مى نهاد و آن گاه به وسيله فشار حروف ، نقش آن ها را بر روى صـفـحـه كاغذ منعكس ‍ مى ساخت و بدين سان ، يك صفحه چاپى به دست مى آورد. اين شيوه چاپ را، كه حتى امروز نيز از متداول ترين شيوه هاى چاپ است ، (چاپ لترپرس ) مى خوانند و از آن بيشتر براى چاپ روزنامه استفاده مى كنند.

امروزه براى چاپ كتاب ، روزنامه ، مجلّه و مانند آن ، از دستگاه هاى تمام خودكار سود مى جويند. ايـن دسـتـگـاه هـا مـى تـوانـند در يك زمان ، كاغذها را با قلم ها و رنگ هاى گوناگون بيارايند و شـمـارگـان بـرخـى از آن هـا حـتـى بـه بـيـش از 60 هـزار ورق در يـك سـاعـت نـيـز مـى رسد..(72)

نخستين مطبوعات جهان

نـيـاز به اطلاعات ، عامل اصلى تكاپوى انسان براى پديدآوردن نخستين مطبوعات درجهان بوده است ، حتّى از تمدن هاى باستانى نيز، كه چاپ را نمى شناخته اند، وسايلى يافت شده است كه نشان مى دهد آنان نيز به گونه اى اين را برآورده مى ساخته اند.

دولت شـهـرهـاى بـزرگ در عـهـد قـرون وسـطـى بـراى رفـع نيازهاى ادارى خويش ، شبكه هاى گردآورى و پخش اطلاعات ايجاد كرده بودند و پيام رسانان به گونه شفاهى يا كتبى ، اخبار را از راه هـاى گـونـاگـون ـ مـانند استفاده از جارچى همراه با اعلاميه كتبى و ديوارى ـ در معرض آگاهى عموم قرار مى دادند.

در (رمِ) بـاستان ، گونه اى نشريه به نام (آكتاپابليكا)(73) منتشر مى شد كه خـبـرنـامـه اى دربـاره مـجـلس سـنـا بـود و در كـنـار آن خـبـرنـامـه ديـگرى نيز پخش مى شد كه (آكـتـاديـورنـا)(74) نـام داشـت . ايـن خـبـرنـامـه منعكس كننده (زندگى رُمى ) بود و تـوسـط كـارگـاه هـاى ويـژه ، تـكـثـيـر مـى شد و ميان طبقات ثروتمند توزيع مى گشت . تهيّه كنندگان اين خبرنامه را مى توان خبرنگاران حقيقى به شمار آورد.

از آغاز قرن پانزدهم ، يك رشته عوامل سياسى ، اقتصادى و فكرى موجب اهميّت يافتن كسب اخبار در جوامع غربى شد. رُنِسانس (تجديد حيات ) و رفرم (اصلاحات اجتماعى )، بيش از پيش عطش كـسـب اطـلاعـات و اخـبـار را شدّت بخشيد. كشفيّات بزرگ ، افق فكرى انسان ها را گسترش داد و پيشرفت مبادلات بانكى و بازرگانى موجب بسط و گسترش مبادلات خبرى شد.

بـا ظـهـور دولت هاى نوين ، شبكه هاى نوين نيز براى دستيابى به اخبار رويدادها و تحوّلات پـديـد آمـدنـد. تـولّد صـنعت چاپ در آلمان ، در سال 1456 م . موجب سرعت يافتن انتشار اخبار و افـزايـش بـى سـابـقـه حـجـم نـوشـتـه هـاى خـبـرى شـد. بـا ايـن حـال ، نـخـسـتـيـن مـطـبـوعـات ادوارىِ چاپى ، يك قرن و نيم بعد، يعنى پس از اختراع صنعت چاپ پيشرفته تر، ظهور يافتند.

گـذشـتـه از اخبار دستنويسى كه از آغاز قرن چهاردهم براى شاهزادگان يا بازرگانان منتشر مـى شـد، از پـايـان قـرن پـانـزدهـم ، نـشـريـات چـاپـى ديـگـرى نـيـز بـه شكل دفترچه هاى كوچك چهار، هشت يا شانزده صفحه اى منتشر شدند كه گاهى به وسيله كليشه هـاى چـوبـيـن بـه تصاويرى آراسته شده بودند. اين اوراق خبرى ، از حوادث مهمّى ، مانند جنگ ، عـزادارى ، تـشـييع جنازه پادشاهان و شاهزادگان و جشن ها خبر مى دادند و گاهى نيز به تكثير برخى اعلاميه ها مى پرداختند.

ايـن روزنـامـه هـا در زبـان هـاى گـونـاگـون ، نـام هـايـى گـونـاگـون داشـتند. در زبان لاتين (رلاتـسـيـونـس ) (Relationes)، در زبـان فـرانـسـه (اكـازيـونـل ) (Occasionnels) و در زبـان ايـتـاليـايى (گازتا) (Gazzetas) ناميده مى شـدنـد كـه بـه وسـيـله كـتـابـفـروشـى هـا يـا دوره گـردها در شهرهاى بزرگ به فروش ‍ مى رسيدند..(75)

بـديـن سـان ، نخستين نسل از مطبوعات جهان پاى به عرصه ظهور نهادند و در بستر زمان ، پا بـه پـاى صـنـعـت و فـنـّاورى و ظـهـور جـوامـع صـنـعـتـى ، گـسـتـرش ‍ يـافـتـنـد و بـه شكل كنونى جاى خود را در زندگى اجتماعى انسان ها گشودند.

روزنامه هاى پرتيراژ جهان

امروزه كمتر كشورى را در جهان مى توان يافت كه در آن روزنامه اى منتشر نشود وشمار روزنامه هايى كه در نقاط مختلف جهان منتشر مى شوند، بسيار فراوان است . امّا شمارى اندك از روزنامه هـا هـسـتـند كه در مقياس ‍ جهانى انتشار مى يابند و در زمره روزنامه هاى پرشمارگان جهان جاى دارنـد. روزنـامـه هـاى پـرشـمـارگـان ، آن دسـتـه از روزنـامـه هـا را شـامـل مـى شـوند كه به گونه اى گسترده چاپ و منتشر مى شوند و در بيشتر سفارتخانه ها، اداره هـاى دولتـى ، اتـاق خـبـر تـلويـزيـون هـا، دفـاتـر خبرگزارى ها و دفاتر روزنامه هاى سـراسـر جـهـان بـه چـشم مى آيند و مورد مطالعه و استناد قرار مى گيرند و منبع تغذيه ديگر مـطـبـوعـات و رسـانـه هاى خبرى كشورها محسوب مى گردند. اين روزنامه ها در كشورهاى مختلف داراى خـبـرنـگـارنـد كـه در مـقـيـاسـى فـراگـيـر بـه پيشه خبرنگارى و كسب اخبار فعاليت مى كنند..(76)

در جـهـان امـروز بـه دلايـل سياسى و اقتصادى ، تنها شمارى محدود از روزنامه ها مى توانند در سطح بين المللى به كسب اخبار بپردازند. اعزام هر خبرنگار به پايتخت كشورها، سالانه حدود صـد و پـنجاه هزار دلار هزينه در بر دارد و هزينه تلفن و نمابر و دورنگار نيز صرف مبلغى كـلان بـه هـمـراه دارد كـه پـرداخـت آن فراتر از توان مالى روزنامه ها است . حتّى در كشورهاى مـرفـّه جـهـان غـرب نـيـز تـنـهـا روزنـامـه هـايـى انـگـشـت شـمـار، يـك گـروه كـامـل خـبرى به كشورهاى ديگر اعزام مى كنند.

بنابراين ، فعاليّت در مقياس جهانى ر انحصار روزنـامـه هـايـى ، هـمـچـون نـيـويـورك تـايـمز، واشنگتن پست ، آبزرور و روزنامه تايمز است .(77) بـرخـى ديـگـر از روزنـامـه هـاى پـرشـمـارگان جهان

،(78) كه به گـونـه فـرامـلّى انـتـشـار مـى يـابـنـد، عـبـارتـنـد از: وال اسـتـريـت ژورنـال در ايـالات مـتـحـده آمـريـكـا، تـايـمـز و گـارديـن و فـايـنـانـشـال تـايـمـز و آبـزرور و سـانـدى تـايمز در انگليس و روزنامه لوموند در فرانسه ..(79)

ايـن روزنـامـه هاى پرشمارگان ، يكى از ابزارهاى مهمّ سياست خارجى كشورهاى خود به شمار مـى آيـنـد كـه به گونه اى هماهنگ با نظام هاى حاكم ، بر افكار عمومى تاءثير مى گذارند و نـيز يكى از وسايلى هستند كه مؤ سّسه ها و شركت ها و افراد مختلف براى مقاصد تبليغاتى ـ مانند درج آگهى و بازاريابى ـ بدان ها پناه مى برند..(80)

انواع نشريات و جرايد

ضوابط طبقه بندى در جهان مطبوعات ، پرشمار است و هر كس بر اساس ‍ معيارى ويژه آن ها را بـه انـواعـى مـخـتـلف طـبـقـه بـنـدى مـى كـنـد. در عـصـر انـفـجـار اطـلاعـات و پـيـشـرفـت وسـايـل ارتـبـاط جـمـعى ، همواره بر انواع وسايل ارتباطى افزوده مى شود و مطبوعات نيز به عـنـوان يـكـى از وسايل ارتباطى از اين روند بيرون نيست و همه روزه شاهد چاپ و نشر عناوين و گـونـه هـاى نـويـن مـطـبـوعـات هـسـتـيـم . تـنـوّع بـسـيـار نـشـريـه هـا و روزنـامـه هـا، عـمـل طـبـقـه بـنـدى را بـسـى دشـوار سـاخـتـه اسـت . بـه هـمـيـن دليـل ، هـر يـك از صـاحب نظران وسايل ارتباط جمعى و دانش ارتباطات ، مطبوعات را بر اساس مـعـيـارهـايـى ويژه طبقه بندى كرده اند؛ به عنوان مثال برخى كارشناسان نشريّه ها را از نظر زمـان انـتـشـار بـه نـشـريـه هـاى هـفـتـه نـامـه ، مـاهـانـه ، فـصـل نـامـه هـا، گـاهـنـامـه هـا و روزنامه ها تقسيم كرده اند و برخى بر اساس ‍ موضوع ، به نشريه هاى فرهنگى ، ادبى ، سياسى ، اقتصادى ، اجتماعى ، علمى و جز آن ..(81)

شـيـوه ديـگـر طـبـقـه بـنـدى مـطـبـوعـات ، مـلاك قـرار دادن شـكـل ظـاهـرى آن هـا اسـت . در ايـن باره مى توان به معيارهايى مانند قطع ، شيوه چاپ ، صفحه آرايى ، شمار صفحه ها، بها و چگونگى عرضه مطالب اشاره كرد..(82)

دربـاره انـواع نـشـريه ها و روزنامه ها، به طبقه بندى ديگرى نيز بر مى خوريم كه بر حسب نـوع و مـحـتـواى آن هـا و يا گروه خوانندگانشان صورت گرفته است .(83) برخى پـژوهشگران علوم سياسى ضمن مطالعه و نيز مقايسه مطبوعات با يكديگر، طبقه بندى زير را به دست داده اند كه با ديگر طبقه بندى هاى موجود متفاوت است :

الف ـ مطبوعات بازرگانى ،

ب ـ مطبوعات خبرى ،

ج ـ مطبوعات مسلكى ..(84)

بـدين سان ، مى توان دريافت كه شيوه اى يگانه در طبقه بندى مطبوعات در دست نيست . از اين رو، بـا چـشـم پـوشـى از طـبـقـه بندى هاى موجود براى شناسايى انواع مطبوعات ، به معرض ويـژگـى هـاى بـرخـى از انـواع نـشـريـه هـا و روزنـامـه هـا، از قـبـيل نشريه هاى يوميّه ، روزنامه هاى محلّى و منطقه اى ، روزنامه هاى اختصاصى ، گاهنامه ها و فصل نامه ها مى پردازيم .

الف ـ نشريه هاى روزانه :

روزنامه ها اصلى ترين بخش مطبوعات به شمار مى آيند. تنظيم مطالب روزنامه ها،تقريبا در هـمه جا كم و بيش يكسان است . اين گونه جرايد، همه روزه به انتشار خبرهاى عادى ، رويدادهاى سـيـاسى ، اقتصادى ، اجتماعى و اخبار محلّى ، ملّى ، بين المللى و غيره در صبح يا عصر همّت مى گـمـارنـد از ويژگى هاى جرايد يوميّه ، انتقال اطلاعات و اخبار در فاصله كوتاهى پس از زمان وقوع رويدادها به خوانندگان است .

روزنـامـه هـا مـعـمـولا بـا چاپ مطالب دنباله دار و بهره گيرى از روش هاى ابتكارى تازه ، به جـذب خـوانـنـدگـانـى بـيشتر مى پردازند و در ميدان رقابت مى كوشند به گونه اى خود را از رقيبان پيش اندازند و شمارگان چاپ را افزايش دهند..(85)

ب ـ روزنامه هاى ملّى :

روزنـامـه هـاى مـلّى ، روزنـامه هايى هستند كه معمولا در پايتخت منتشر مى شوند و ازشمارگانى بـالا

و تـوزيـعـى گـسـترده در سراسر كشور برخوردارند. هدف اين گونه روزنامه ها، تنوّع مندرجات و چاپ خبرهاى مهم و دست اوّل ملّى و بين المللى است .

ج ـ روزنامه هاى محلّى و منطقه اى :

ايـن گـونـه روزنامه ها مى كوشند نياز مردم را به اخبار شهر و منطقه زيست خودبرآورند. نياز به كسب خبرهاى محلّى ، كه تنها روزنامه هاى منطقه اى از عهده اش برمى آيند، سب گرديده است كه در فرايند رقابت ميان راديو و مطبوعات ، نشريّه هاى محلّى همچنان جايگاه خود را حفظ كنند و اين نشان از توجّه و دلبستگى مردم به روزنامه هاى منطقه اى و محلّى است .

اكنون در كشورهاى غربى ، شمارى بسيار از روزنامه ها و مجلّه هاى منطقه اى يا محلّى انتشار مى يـابند كه گستره عملكرد و كسب اخبار و انتشارشان از قلمرو محلّى و منطقه اى فراتر نمى رود. ايـن نـشـريـّه هـا، موفقيت خود را وامدار صفحه هاى اخبار محلّى خويشند. در جمهورى اسلامى ايران نـيـز شـمـارى بـسـيـار از روزنـامه هاى محلّى چاپ و منتشر مى شود و هم اكنون بيشتر استان ها و شهرستان ها داراى نشريّه ويژه خودند.

د ـ روزنامه هاى تخصّصى :

ايـن گـونه روزنامه ها تنها به نقل و درج خبرهايى در زمينه هايى خاص ‍ مى پردازند.روزنامه هاى ورزشى ، اقتصادى ، سياسى و علمى ، از اين گونه روزنامه هايند.

ه‍ ـ گاهنامه ها:

گاهنامه نشريّه اى است كه هر چند گاهى ـ به گونه نامشخص ـ منتشر مى شود. مطالب گاهنامه معمولا جنبه پژوهشى و دانشگاهى دارد.

و ـ فصل نامه ها:

چـنـان كـه از عـنـوان ايـن نـشـريـّه پـيـداسـت ، سـاليـانـه چـهـار بـار در آغـاز هـر فصل منتشرمى شود و محتوايش ، همانند گاهنامه ، پژوهشى و دانشگاهى است ..(86)

2. مطبوعات در ايران

در آغاز فصل حاضر، با مطبوعات به مفهوم عام آشنا شديم و از برخى دانستنى هاى مربوط به آن ـ مـانـنـد پـيـدايش صنعت چاپ و نخستين روزنامه ها ـ آگاه گشتيم . امّا مطبوعات در ايران از چه زمـانـى و چـگونه پديد آمده اند؟ نخستين روزنامه هاى ايران را چه كسانى و چگونه بنيان نهاده انـد؟ روزنـامـه هـا از آغـاز تـا كـنـون چـه سـيـر و تـحولاتى را پشت سر گذاشته اند و پس از پيروزى انقلاب اسلامى ايرن ، چه تحولاتى در مطبوعات كشور روى داده است ؟ در اين درس مى كـوشـيـم بـه پـرسـش هـاى بـالا پـاسـخ دهـيـم و بـه اختصار، شرحى بايسته براى هر يك از موضوعات برنهيم .

نخستين روزنامه و روزنامه نگارى در ايران

در دوره قـاجـار بـه دسـتـور عـبـاس مـيـرزا، شـخـصـى بـه نـام مـيـرزا زيـن العـابـدين تبريزى درسـال 1331 ق . چـاپـخـانـه حـروفـى را بـراى نـخـسـتـيـن بـار بـه ايـران آورد و يـك سـال بعد ميرزا صالح شيرازى ، از نخستين فرنگ رفتگان كشور، نخستين روزنامه را تاءسيس كرد.(87) نام اين روزنامه ، ترجمه لغت به لغت (Pape News) انگليسى ، يعنى (كاغذ اخبار) بود..(88)

كـاغـذ اخـبـار كـه قـطعش در حدّ يك چهارم روزنامه هاى فعلى بود، در نخستين شماره خود، از شاه (نـاصـرالديـن شـاه ) بـا چـهـارده لقـب نـام بـرد! انـتـشـار روزنـامـه مـيـرزا صـاح بـه دليل وابستگى شديد به دربار، چندان دوام نيافت و بسيار زود متوقف شد..(89)

دومـيـن روزنـامه ايران در اروميّه به زبان آشورى (سريانى ) به نام (زاراريت باهرا) (اشعه روشـنـايـى ) انـتـشـار يـافـت و سـومـيـن روزنـامـه ، حـدود دو سـال بعد، هنگامى كه ميرزا تقى خان اميركبير در مسند قدرت بود، با نام (وقايع اتّفاقيه ) به صورت قانونى انتشار يافت ..(90)

ايـن روزنـامـه هـفـتـه اى يـك بـار مـنـتـشـر مـى شـد و دربـردارنـده اخبار خارجى و شهرستان ها و انـتصابات بود. وقايع اتّفاقيه روزنامه اى دولتى بود كه در تهران چاپ و در تمام استان هـاى ايـران

تـوزيع مى شد.(91) اين روزنامه در شش يا هشت صفحه منتشر مى گشت و بـراى نـخـستين بار آگهى ها و اعلاميه هاى بازرگانى را در ايران منتشر كرد. روزنامه وقايع اتـّفـاقـيـه ، از شـمـاره 471 بـه بـعـد، بـه (روزنـامـه دولت عـلّيه ايران ) تغيير نام داد و انتشارش تا شماره 591 ادامه يافت .

بـه طـور كـلى روزنـامـه هـاى نـخستين ايران ، كه داراى اهميتى ويژه بودند، عبارت بودند از ده روزنـامـه : كـاغـذ اخـبـار (مـاهـانه )، زاراريت باهرا (ماهانه )، وقايع اتّفاقيه (هفتگى )، تبريز (مـاهـانه )، روزنامه دولت علّيه ايران (هفتگى )، روزنامه علميّه (ماهانه )، روزنامه ملّتى (ماهانه )، روزنـامـه دولتـى (مـاهـانـه )، روزنـامـه ايران (سه روز در هفته ) و روزنامه فارس ‍ (هفتگى )..(92)

بـررسـى سـيـر تـاريـخـى ارتـبـاطـات اجـتماعى در ايران ، نشان مى دهد كه مطبوعات در مرحله شـكـل گـيرى ، در شرايطى نامطلوب و همراه با تقليد سطحى از غرب و بى توجّهى به هويت فـرهـنـگ مـلّى بـنـيـان يافتند كه البته روزنامه وقايع اتّفاقيه در دوره اميركبير نمونه اى از روزنامه هاى مستقل و پرمحتوا بود. نسل نخستين مطبوعات ، به شدّت در نفوذ حكومت استبدادى وقت بـودنـد و جز نقش (جارچى ) و زبان يك طرفه حكومت ، سودى چندان در بر نداشتند، ولى به هر حال ، افكار عمومى را با گونه اى از ارتباطات اجتماعى آشنا ساختند.

در كنار مطبوعات دربارى و استبدادى ، جريانى ديگر از روزنامه نگارى نيز در ايران به چشم مـى آمـد كـه پـايـگـاهـش بـيشتر در خارج از كشور بود. در اين باره مى توان به روزنامه هايى هـمـچـون (اختر)، (قانون )، (عروة الوثقى ) و ده ها روزنامه ديگر اشاره كرد كه به وسيله روشـنـفـكـران تـبـعـيـدى در خـارج از كـشـور چـاپ و در خـارج و داخل كشور به گونه اى مخفيانه توزيع مى شدند.

به طور كلّى در دوران سلطنت طولانى (ناصرى ) چهارمين پادشاه سلسله قاجار، كه به استثناى دوره كـوتـاه صـدرات امـيـركـبير، به عصر خودكامگى و كاركرد ضد فرهنگى و آزادى ناصرى شهرت يافته است ، مطبوعات ايران ، در استبداد و خفقان به سر مى بردند..(93)

پـس از مـرگ نـاصرالدين شاه وروى كار آمدن مظفرالدين شاه ، نخستين شماره روزنامه (خلاصة الحـوادث ) مـنـتشر شد كه در آن براى نخستين بار از اخبار تلگرافى خبرگزارى هاى خارجى اسـتـفـاده مـى شـد و مـدّت پـنـج سـال بـه كـار خـود ادامـه داد. بـا تـعـطـيـل شـدن روزنـامـه هـاى (ايـران ) و (خـلاصـة الحـوادث ) و بـرقرارى خفقان سياسى ، روزنـامـه هـا و شـبـنـامـه هـاى زيـرزمـيـنـى رشـد كـردنـد.(94) در دوره اول مشروطيت (95) و تشكيل نخستين مجلس شوراى ملّى ، با تاءمين آزادى نسبى مطبوعات ، روزنـامـه هـا از نـظر كمّى و كيفى پيشرفت كردند. در اين دوره بود كه شهرهاى مشهد، همدان و بـوشهر براى نخستين بار در تاريخ ايران ، صاحب روزنامه شدند و روزنامه نگارى تا حدّى بـه شـاءن و مـنـزلت راستين خود نزديك گشت و مطبوعات ميان مردم به عنوان ركن اجتماعى مهمّى شناخته شد.

بـه طـور كـلّى ، در دوره اوّل مـشـروطـيت ، روزنامه هاى انقلابى سهمى چشمگير در آگاهى افكار عـمـومـى و مـبـارزه بـا اسـتـبـداد قـاجـار بـر عـهـده داشـتـنـد.(96) بـا انـتـقـال قـدرت بـه مـحـمـّد على شاه ، اختناقى شديد بر مطبوعات ايران حاكم شد، امّا اين وضع چـنـدان دوام نـيـافـت و بـا روى كـار آمدن احمدشاه ، مطبوعات آزادى خود را باز يافتند و عناوين و شمارگان روزنامه ها روى به فزونى نهادند.

مطبوعات در عصر پهلوى

مـطـبـوعـات ايـران در عـصـر سـه دوره ، دوره نـخـسـت عـصـر حـاكميت رضاخان است كه حدود بيست سـال بـه طـول انـجـاميد. دوره دوم فاصله ميان سال هاى 1320 تا 1332 را در بر مى گيرد و دوره سوم عصر خودكامگى محمّدرضا پهلوى است كه اينك به بررسى اين دوره ها مى پردازيم .

الف ـ دوره اختناق رضاخانى

بـا سـقوط احمدشاه و انقراض سلسله قاجار، رضاخان پهلوى روى كار آمد و بارى ديگر اختناق بـر مـطـبـوعات ايران با شدّتى بى سابقه حاكم گشت .(97) در اين دوره ، روزنامه نـگـارى دوره افـول خـود را آغـاز كـرد و بـرخـوردهاى خشن و زورگويانه با روزنامه نگاران ، فضايى ناخوشايند براى مطبوعات فراهم آورد.

رضـاخـان بـسيارى از انتشارات را توقيف و مطبوعات را به شدّت محدود كرد. همچنين ، استفاده از اخـبـار و اطـلاعـات خـارجـى در مـطـبـوعـات بـسـيـار مـحـدود شد و نشريّه ها بيشتر به رويدادهاى داخـل كـشـور مـى پـرداختند و با دستگاه خودكامه رضاخان هماهنگ و همسو بودند. با نزديك شدن واپسين سال هاى اقتدار رضاخان ، برخى نشريّه هاى سبك (98) و سرگرم كننده رواج يافتند..(99)

در اواخـر حـكـومـت رضـاخـان ، هـيچ روزنامه اى در داخل منتشر نمى شد و حتى روزنامه هاى مخالف خـارج از كـشـور نـيـز تـعـطـيل گشته بودند. سقوط رضاخان در شهريور 1320 ه‍ .ش . انفجار آزادى مـطـبـوعـات بـود؛ چـنـان كـه پـس از بيست سال اختناق ، امكان آن فراهم شد كه روزنامه ها دوبـاره مـنـتـشـر شـونـد.(100) پـس از سـقـوط رضـاخان ، اگرچه مطبوعات روى به گـسـترش نهادند، ولى در اين دوره كمتر مى توان نشريّه هايى را يافت كه حاوى مطالب عميق و وزين باشند..(101)

ب ـ دوره دوم

در بـيـن فـاصـله سـال هاى 1320 تا 1332 كه كودتاى ننگين 28 مرداد به وقوع پيوست ،از مـطـبوعات ايران به دليل فرار رضاخان از كشور و تبعيد آن به وسيله انگليسى ها، سرپوش اخـتناق برداشته شد و مطبوعات در فضاى نسبتا آزاد تنفس كردند. در اين دوره كوتاه به تعداد مطبوعات كشور افزوده شد.

ج ـ دوره زمامدارى محمّدرضا پهلوى

مـطـبـوعـات در دوره حـكـومـت مـحـمـّدرضـا پـهـلوى ، داراى كـارنـامـه اى سـيـاه بـودنـد. سـال هـايـى بـسـيـار ايـن رسـانـه ها توجيه كننده كردار ستمگرانه رژيم شاهنشاهى بودند، از مـخـالفـان نظام و رويدادها و جريان هاى مخالف سياسى حتى نام نمى بردند و گاهى به همان قـدر كـه به سود حكومت بود، به مخالفان اشاره مى كردند. گويى مطبوعات قلم را از ساواك برمى گرفتند و براى شاه مى نوشتند..(102)

در عـصـر مـحـمـّدرضـا پـهـلوى ، مـجـلّه هـا و روزنـامـه هـا، سـطـحـى و سـرگـرم كـنـنـده و مـروّج ابـتـذال بـودنـد. محور اصلى جهت گيرى مطبوعات تزريق و القاى باورهاى غربى و به ويژه فرهنگ آمريكايى بود. از انتقادهاى سياسى و اجتماعى خبرى نبود و هر گونه انتقاد سياسى به تـيـغ سـانـسـور گـرفـتـار مـى شـد. حـاكـمـيـت اخـتـاپـوسـى دسـتـگـاه شـاهـنـشـاهـى مـجـال و فرصت انديشيدن را از مردم باز گرفته بود و همه امكانات كشور در توجيه سركوب گـرى هـاى رژيـم بـه كـار گـرفـتـه مـى شـد. در هـمـان حـال كـه شـاه نـويـد هـمـيـشگى گذشتن از دروازه هاى تمدّن را سرمى داد، كشور در آتش خفقان و سـانـسـور مـى سـوخـت و مـطـبـوعـات بـه بـلنـدگـوى نـظـام مـسـتـّبـد و خـودكـامـه پـهـلوى تبديل شده بودند..(103)

پـس از كـودتـاى 28 مـرداد 1332، با سلطه و نفوذ آمريكا در ايران ، رشد روزنامه نگارى در كـشـور بـاز ايـسـتـاد. در دهـه هـاى 1340 و 1350 رونـد انـتشار مطبوعات روى به كاهش نهاد و بـسـيـارى از روزنـامـه هـا و مجلّه ها، كه جنبه سياسى داشتند، تحت نظارت بى سابقه اى قرار گرفتند و بيشترشان توقيف شدند و از اين رو، مطبوعات باقى مانده ، روى به مطالب ادبى و اجتماعى نهادند.

بـنـابر بررسى هاى انجام شده به طور متوسط، بيش از 41 درصد مطالب مجلّه ها را ادبيات ، 09/29 را مـطـالب اجـتـمـاعـى و 11 درصـد را اخبار هنرى مربوط به هُنرپيشگان و خوانندگان تـشـكـيـل مـى داد و مـطـالب سـيـاسـى ، كـه فـرصت انتشار مى يافتند، عبارت بودند از: اخبار و گزارش ها و سخنرانى هاى مقامات سياسى كه موافق بودند..(104)

در اواخـر دوره حـكـومـت پـهـلوى ، مـطـبـوعـات ايـران بـه طـور كامل در سيطره طاغوت درآمدند و مطبوعه اى مستقل و بريده از وابستگى هاى رژيم بر جاى نماند. اين وضع تا آغاز انقلاب اسلامى ادامه يافت ..(105)

مطبوعات و انقلاب اسلامى

مـطـبـوعـات ايـران در فـاصـله مـيـان دى مـاه سـال 1356 و بهمن 1357 يكى از ابزارهاى پيكار سـيـاسـى عـليـه حـكـومـت پـهـلوى بـود و بـديـن روى ، سـال 1357 را سـال طـلايـى مـطـبـوعـات نـامـيـده انـد.

در ايـن سـال حـدود 400 نـشـريـه مـنـتـشـر مـى شد كه اين نقطه اوج فعاليّت مطبوعاتى در ايران است .(106) گـرچـه وقـوع انـقـلاب اسـلامـى مطبوعات را از سلطه خودكامگى ديرپاى در ايـران رهـانـيـد و

قـلم هـا را از چـنـگـال نـويـسـنـدگـان مـزدبـگـيـر حـكـومـت رهـا سـاخـت ، امـّا در سال هاى نخستين پيروزى انقلاب اسلامى ، به ويژه در 22 بهمن 1357 هر گروهى نشريه اى سـامان داد جز مردم . البته صدها نشريّه مدعى بودند كه از زبان و به نام مردم قلم مى زنند و سـخـن مـى گـويـنـد. در ايـن زمـان ، ايران ناگهان با صدها نشريّه رنگارنگ رو به رو شد كه البته جاى مطبوعات اصيل مردمى و اسلامى در آن ها خالى بود..(107)

در آن روزگـار، گـروهـى پـرشـمـار از اين گونه مطبوعات براى رويارويى با مبانى انقلاب اسـلامـى و وحـدت كـلمـه مـردم و رهـبـرى امام خمينى (ره ) منتشر مى شدند. روزنامه بنى صدر با عـنـوان فـريـبـنـده (انـقـلاب اسـلامـى ) در مـيـان مطبوعات اين دوره نشريّه اى ضد خط امام (ره ) شهرتى به دست آورد در برابر، (روزنامه جمهورى اسلامى ) نمونه اى از مطبوعات اسلامى در ايـن دوره بـود. بدين سان ، دو جريان عمده مطبوعاتى در اين روزگار پديد آمد: يكى جريان مـطـبـوعـات مـخـالف شـامـل چـپ ، طـاغـوتـى و مـلّى گـرا بـا هـدف جـلوگـيـرى از شكل گيرى نظام اسلامى ، و جريان ديگر، مطبوعات اسلامى نوپا.

بـا تـسـخـير لانه جاسوسى آمريكا، نخستين ضربه كارى بر پيكر مطبوعات طاغوتى نواخته شـد و روزنـامـه هـايى همچون (انقلاب اسلامى ) و (ميزان ) به واپسين لحظه هاى حيات آلوده خـود نـزديـك شـدنـد و سـرانـجـام ، در پانزدهم خرداد 1360 به حيات بيشتر روزنامه هاى ضد انقلابى پايان داده شد..(108)

پـس از پيروزى انقلاب اسلامى و استوار گشتن نظام جمهورى اسلامى ، رشد و شكوفايى كمّى و كـيـفـى مـطـبوعات چشمگير گشت و اين روند پس از به كنار رفتن عناصر و جريان هاى ناپاك مـطـبـوعـاتـى بـه كـمـال رسيد و رسانه هاى گروهى ، به ويژه مطبوعات ، براى پديد آوردن بـلوغ فـكـرى ، آگـاهـى هـاى سـيـاسـى و حـركـت جـامـعـه بـه سـوى تـعـالى و تـكـامـل بـه كـار گـمـاشـتـه شـدنـد و ايـن آغـازى بـراى تكامل فرهنگى در فضاى عطرآگين جامعه اسلامى بود.

ايـنـك ، 60 درصـد از مـطـبـوعات ايران ، نشريّه هايى هستند كه پيش از پيروزى انقلاب اسلامى وجـود نـداشـتـه انـد. بـنـابـر آمـار مـوجـود، در سـال 1371 ش ، 560 مـطـبـوعه با شمارگانى (109) نـزديـك به ده ميليون نسخه ـ در يك نوبت ـ منتشر شده است . شمارگان سيزده روزنـامـه سراسرى ايران ، ميان يك ميليون و پانصد تا يك ميليون و 680 هزار نسخه برآورد گـشـتـه است .(110) ناگفته نماند كه قانون اساسى جمهورى اسلامى ايران ، آزادى مـطـبـوعـات را در چـارچـوبـى ويـژه پـذيـرفـتـه اسـت و اكـنـون مـجـلّه هـا و نـشـريّه هاى مختلفى (111) در ايران بر اساس ‍ قانون مطبوعات منتشر مى شوند..(112)

مطبوعات و جنگ تحميلى

تـحـولات مـهـم سـال هـاى پـس از انقلاب اسلامى ، روزنامه نگاران را با تجربه هايى نوآشنا سـاخـت كـه مهم ترين آن ها، جنگ تحميلى رژيم بعثى عراق عليه جمهورى اسلامى ايران بود. در ايـن دوره ، كـمـبود كاغذ، مطبوعات كشور را به شدّت دچار تنگنا كرد و بسيارى از روزنامه ها و مجلّه ها را تا مرز ورشكستگى به پيش برد..(113)

در سـال هـاى دفـاع مقدّس ، مطبوعات متعهد كشور در عرصه پيكار فرهنگى و فكرى با دشمنان انـقـلاب اسـلامـى پـا بـه پـاى رزمـنـدگـان سـلحـشـور اسـلام بـه كـار و كـوشـش مـشـغـول بـودنـد. بـخشى از موضوعات مطبوعات در اين دوره درباره جهاد و دفاع و جذب نيرو و بسيج امّت حزب اللّه براى پاسدارى از كيان سرزمين اسلامى بود و نويسندگان ، پيوسته مى كـوشـيـدند چهره راستين انقلاب اسلامى را نمايان سازند و دسيسه هاى استكبار جهانى را آشكار نمايند.

3. خبرگزارى هاى مهمّ جهان

نـيـاز روزنـامه ها به اخبار رويدادهاى جهان ، عامل اصلى تاءسيس ‍ خبرگزارى ها بوده است . در اوايـل قـرن نوزدهم ميلادى ، روزنامه هايى گوناگون با شمارگانى بسيار بالا منتشر شدند. ايـن روزنـامـه هـا بـراى ادامـه كـار، بـه خـبـرهـاى دسـت اوّل از نـقـاط مـخـتلف جهان نيازمند بودند و فراهم آوردن چنين خبرهايى ، از توان مالى مؤ سّسه هـاى مـطـبـوعـاتى بيرون بود. بنابراين ، كار گردآورى خبر به آژانس هاى خبرى ـ مطبوعاتى سپرده شد و بدين سان ، زمينه پديد آمدن نخستين خبرگزارى جهان فراهم آمد..(114)

بـا ايـن كـه حـدود 120 خـبـرگـزارى در جـهـان به كار مشغولند، تنها پنج خبرگزارى غربى رويـتـر، فـرانس پرس ، آسوشيتدپرس ، يونايتدپرس و تاس با گردآورى اخبار رويدادهاى گوناگون از نقاط مختلف جهان ، خبرگزارى هاى كشورها، شبكه هاى راديويى و تلويزيونى ، سـازمـان هـاى خدمات عمومى ، بانك ها و... را تغذيه مى كنند.(115) در اين درس ضمن پـرداخـتـن بـه پـنـج خـبـرگزارى مهمّ جهان ، مى كوشيم با برخى ديگر از خبرگزارى ها آشنا شويم .

آژانس خبرى فرانس پرس .(116)

آژانـس خـبـرى فـرانـس پـرس (آ.اف .پ ) يـكـى از پـنـج غول خبرى جهان است كه به كشورفرانسه تعلّق دارد.

اين آژانس ، نخستين خبرگزارى جهان به شـمـار مـى رود كـه در سـال 1835 م . در شـهـر پـاريـس بـنـيـان نهاده شد. فرانس پرس تنها خـبـرگـزارى اى است كه به گونه مستقيم از دولت كمك مالى دريافت مى كند و از اين رو، آن را (صداى جمهورى فرانسه ) نيز مى گويند..(117)

پـس از جنگ جهانى دوم ، فرانس پرس در سراسر جهان جاى (هاواس ) (آژانس پيشين فرانسه ) را گرفت . اكنون آژانس خبرى فرانس پرس از جايگاهى مهم در بازار خبرى جهان بهره مند است و نمايندگى هايش در 139 كشور پراكنده اند و در مجموع ، 12400 روزنامه ، شبكه يا ايستگاه راديو و تلويزيونى ، به گونه مستقيم يا نامستقيم از اين خدمات اطلاعاتى دريافت مى كنند.

آژانـس خـبرى فرانس پرس ، داراى 858 نفر خبرنگار است و افزون بر اين ، 1417 خبرگزار نـيـز با آن همكارى دارند. اين خبرگزارى ، در سال 1970 م . روزانه يك ميليون و پانصد هزار كـلمـه خـبـر بـه سـراسـر جـهـان مـخابره كرده است كه به طور متوسط، تنها اخبار مربوط به پـاريـس 75 هـزار كـلمـه بـوده اسـت .

هـمـچـنـيـن بـراى اسـتـفاده مطبوعات فرانسه ، چند سرويس اخـتـصـاصـى (ورزشـى ، اقـتـصـادى ، اطـلاعـات مـذهـبـى و جـز آن دايـر كـرده اسـت . بـودجه اين خـبـرگـزارى در سـال 1973 م . رقـمـى در حـدود صـد و چهل ميليون فرانك فرانسه بوده است ..(118)

خـبـرگـزارى فـرانـس پرس ، گزارش هاى مصوّر فراهم مى آورد و به تلويزيون هاى بزرگ دنـيـا مـخابره مى كند. گفته مى شود كه خبرهاى اين آژانس ، نسبت به چهار خبرگزارى ديگر از صحّت و دقّتى بيشتر برخوردار است ..(119)

خبرگزارى رويتر.(120)

خـبـرگـزارى رويـتر در سال 1851 م . در لندن تاءسيس شد و به مرور زمان گسترش يافت . رويـتـر، از سـال 1926 م . بـه صـورت شـركـت تـعـاونـى درآمـد و از سال 1941 م ، چهار اتحاديه بزرگ ، شامل اتحاديه صاحبان روزنامه ها، اتحاديه مطبوعات و نيز مطبوعات متّحد استراليا و اتحاديه مطبوعات نيوزلند در آن شركت جستند..(121)

ايـن خبرگزارى در سال 1970 م . در خارج از بريتانيا داراى هشتاد و هفت دفتر نمايندگى بود و خـبـرنـگـارانـش در 183 كـشـور و سرزمين پراكنده بودند. رويتر روزانه دو ميليون كلمه خبر مخابره مى كند و چهار هزار روزنامه و چهارصد ايستگاه راديو و تلويزيونى مشتريان عمده آنند. سـرويس خبرهاى اقتصادى و مالى از گسترده ترين و وسيع ترين سرويس هاى اين خبرگزارى است كه در شصت كشور فعاليت دارند.

رويـتـر بـراى كـسـب اخبار و اطلاعات ، در زمينه بورس ، از پيشرفته ترين رايانه ها سود مى جـويـد و در بسيارى موارد، اطلاعات را به گونه اختصاصى از طريق پايانه هاى الكترونيكى بـراى مـشـتـريـان ويـژه خـود مـى فـرسـتـد.(122) در حال حاضر، خبرگزارى يادشده ، وابسته به وزارت امور خارجه انگلستان و در خدمت سياست هاى استعمارى اين كشور است .

خـبرگزارى رويتر در زمينه جعل و تحريف وقايع و جريان هاى انقلابى و رويدادهاى جهان سوم داراى پيشينه اى طولانى است و مى توان گفت كه در اين زمينه از تخصّصى ويژه بهره مى برد و ايـن تـخـصـّص را در طـول چـنـديـن دهـه خـدمـت بـه وزارت مـسـتـعمرات انگلستان كسب كرده است ..(123)

خبرگزارى آسوشيتدپرس

خـبـرگـزارى آسـوشـيـتـدپـرس در سال 1848 م . از اتحاد شش روزنامه آمريكايى پديدآمد. هم اكـنـون ، ايـن خـبـرگـزارى ، بـزرگ تـريـن آژانـس خـبـرى جـهـانـى اسـت .(124) در خـبـرگـزارى آسوشيتدپرس بيش از هفت هزار گزارشگر، عكاس و فيلمبردار به كار مشغولند و بـودجه اش را يهوديان صهيونيست آمريكايى تاءمين مى كنند و از اين رو، مديران خبرگزارى از سـوى آژانـس بـيـن المـللى يـهود برگزيده مى شوند.

خبرگزارى يادشده كاملا در خدمت منافع سرمايه داران صهيونيست بين الملل است و مى كوشد. بيشترين تبليغات را براى تاءمين منافع سرمايه داران در اخبار و گزارش هاى خود بگنجاند..(125)

سـرويـس عـكـس خـبرگزارى آسوشيتدپرس ، بهترين و غنى ترين سرويس هاى عكس خبرى جهان مـحـسـوب مى شود.

اين خبرگزارى در سال 1967 م . با روزنامه مهم و معروف اقتصادى آمريكا، (وال اسـتـريـت جـورنـال ).(126)

رابـطـه برقرار كرد.(127) هم اينك اين بـنـگـاه خـبـرپـراكـنـى ، روزانـه هـفـده مـيـليـون كلمه خبر به سرتاسر جهان مخابره مى كند و مـشـتـركـانـش ده هـزار روزنـامـه در سـراسـر جـهـان ، 1100 ايـسـتـگـاه راديـويـى و 485 شـبكه تلويزيونى در بيش از صد كشور جهان هستند..(128)

آژانس بين المللى يونايتدپرس .(129)

خـبـرگـزارى يـونـايـتـدپـرس در سـال 1958 م . از اتـحـاد بـا (سـرويـس خـبـرى بين المللى )(130)پديد آمد و اكنون رقيب خبرگزارى آسوشيتدپرس ‍ است . اين خبرگزارى به عـلّت روش ويـژه اش در كـسـب و نـشـر خـبـرهـاى هـيـجـان انـگـيـز و وسـواسـى كـه در ارسـال هـر چـه سـريـع تـر اخـبار به خرج مى دهد، مدّت ها به عنوان يك خبرگزارى نيمه جدى تلقّى مى شد..(131)

خـبـرگزارى يونايتدپرس در ميان آژانس هاى خبرى بين المللى ، يك نهاد سرمايه دارى محسوب مى شود، ولى درآمدهايى كه از گذر فروش اخبار و اطلاعات خارجى كسب مى كند، چندان چشمگير نيست .(132) از يونايتدپرس به عنوان دومين خبرگزارى بين المللى ياد مى كنند. اين خـبـرگـزارى داراى امـكـانـاتـى بـسـيـار گسترده و پيشرفته است ؛ چنان كه قادر است اخبار مهمّ سـراسـر جـهـان را بـا بهره گيرى از ماهواره هاى مخابراتى در كمتر از يك دقيقه به سراسر جـهـان مـخـابـره كـنـد. يـونـايـتدپرس با تكيه بر امكانات و تجهيزاتى كه در اختيار دارد، مى تواند از رويدادهاى گوناگون ، مانند جنگ هاى مهيب ، فيلمبردارى كند..(133)

هـم ايـنـك خـبـرگـزارى يـادشـده ، حـدود يـازده مـيـليـون كـلمـه خـبـر و تـفسير درباره موضوعات گوناگون سياسى ، اقتصادى ، فرهنگى ، اجتماعى و نظامى به كشورهاى مختلف جهان مخابره مـى كـنـد..(134)

يـونايتدپرس 244 دفتر نمايندگى در سراسر جهان دارد كه از آن مـيـان ، 148 دفـتـر در خـاك آمـريـكـا جـاى گـرفـتـه اسـت . مـجـمـوع اخـبـار ايـن خـبرگزارى به چـهـل و هـشـت زبـان مـخـابـره مـى شـود.(135) و بـه 1036 روزنامه ، 3237 ايستگاه راديويى ، 1445 ايستگاه تلويزيونى خدمات اطلاعاتى ارائه مى دهد و نود و دو كشور جهان را تـحـت پـوشـش خـبـرى خـود دارد.(136) هـر چـنـد خـبـرگـزارى هـاى آسـوشـيـتدپرس و يـونـايـتـدپـرس ‍ مـدّعـى انـد كـه در فـعاليّت هاى خويش ، سود و زيان هيچ دولتى را در نظر نـدارند و مستقلانه و بى طرفانه به كار خويش مشغولند، شكّى نيست كه هر دو خبرگزارى از ابـزارهـاى فـعـّال سياست خارجى ايالات متّحده آمريكا هستند. اين خبرگزارى ها موضوعات را به گـونـه اى عـرضـه مـى كـنند كه پخش اخبار و ارائه تفاسير با سياست خارجى و منافع آمريكا همراه و هماهنگ باشند.

خبرگزارى هاى يادشده ، كه در حقيقت ، ستون فقرات امپرياليسم خبرى اند و اولويت هاى خبرى را بـر اسـاس سـيـاسـت امـپـرياليستى خود برنامه ريزى و در جهان منتشر مى كنند. اين برنامه ريـزى ، در بـسيارى اوقات براى تحقق مطامع و اهداف سياست خارجى امپرياليسم آمريكا مؤ ثر افـتاده است .(137) خبرگزارى هاى آسوشيتدپرس و يونايتدپرس ‍ همراه با سياست هـاى تـوسـعـه طـلبـانـه و سلطه جويانه آمريكا، پيوسته

كوشيده اند با طرح مطالب پوچ و نـادرسـت چـهـره اى وارونـه از انـقـلاب اسلامى ايران ، نزد افكار عمومى جهان ترسيم كنند. اين آژانـس هـاى سـخـن پراكنى با طرح موضوع نقض حقوق بشر در ايران ، تروريسم و ده ها اتهام واهى ديگر، جنگ سرد دامنه دارى را عليه جمهورى اسلامى ايران سازمان داده اند.

خبرگزارى تاس .(138)

(تاس ) خلاصه سه كلمه روسى (آژانس تلگرافى شوروى )(139) است كه مهم تـريـن خـبـرگـزارى روسـى اسـت . ايـن خـبـرگـزارى وارث بـا واسـطـه نـخـسـتـين آژانس خبرى تـلگـرافـى روسـيـه اسـت كـه بـه سـال 1894 م .

تـاءسـيـس ‍ گـشـت . تـاس در سـال 1925 م . بنيان نهاده شد و براى برآورده ساختن هدف هاى بلوك شرق در عصر جنگ سرد و نظام دوقطبى فعاليت مى كرد..(140)

خبرگزارى تاس بر خلاف چهار غول خبرى جهان غرب ، داراى پوشش ‍ خبرى گسترده اى نيست و بـراى كـسـب اخـبار خارجى به خبرگزارى هاى آمريكايى و اروپايى متكى است . اين خبرگزارى روزانـه 115000 كـلمـه خـبـر بـه سـرتـاسـر جـهـان ارسـال مـى كـنـد و داراى 13000 مـشـتـرك خـارج از شوروى سابق است . خبرگزارى تاس هشتاد كشور جهان را در پوشش ‍ دارد..(141)

ساير خبرگزارى ها

آنـچـه گـذشـت ، مـخـتـصـرى بـود دربـاره پنج خبرگزارى بين المللى كه در مقياس جهانى به گـردآورى و تـوزيـع خـبـر، تـفـسـيـر و گـزارش خـبـرى اشـتغال دارند. امّا در حال حاضر هر كشورى داراى يك خبرگزارى ملّى است كه كم و بيش وابسته به دولت است . وظيفه اصلى خبرگزارى هاى ملّى ، كسب خبرهاى داخلى و خارجى براى مطبوعات و رسانه هاى گروهى كشور خويش و ارسال خبرهاى كشور به ديگر كشورهاى جهان است .

از مـيـان خـبـرگزارى هاى ملّى مى توان به خبرگزارى (شين هوا) در چين ، خبرگزارى (وفا) وابـسـتـه بـه جنبش فلسطين ، خبرگزارى (كيودو) وابسته به كشور ژاپن ، خبرگزارى (آى .اف .پى ) متعلق به كشور اسپانيا، خبرگزارى (دى .پى .آى ) متعلّق به آلمان و خبرگزارى جمهورى اسلامى ايران اشاره كرد.

خـبـرگـزارى جـمـهـورى اسـلامـى ايـران ، وارث خـبـرگـزارى (پـارس ) اسـت كـه دو سال پس از پيروزى انقلاب شكوهمند اسلامى اين نام را بر آن نهادند. خبرگزارى يادشده ، كار خـود را با تهيّه خبر به زبان هاى فارسى و فرانسوى آغاز كرد و به مرور زمان فعاليت هاى خود را گسترش داد.

خـبـرگـزارى جـمـهـورى اسـلامى ايران در آغاز داراى دو شبكه بود كه شبكه نخست ، اخبار را در دسترس مطبوعات و شبكه راديو و تلويزيون قرار مى داد و شبكه دوم ، مؤ سسه هاى تبليغاتى ، نـظـامـى و عـلمـى را در پـوشـش ‍ داشـت .(142) پس از پيروزى انقلاب اسلامى ، اين سـازمـان بـه گـونه اى چشمگير گسترش يافت و به تجهيزات گردآورى و توزيع خبر مجهّز گـشـت . خـبـرگـزارى جـمـهـورى اسـلامـى ايـران يـكـى از فـعـّال تـريـن آژانـس هاى خبرى در گردآورى و توزيع خبر است و براى رويارويى با توطئه هـاى امـپـريـاليسم خبرى و شكستن انحصار در مبادله اطلاعات ، ميزبان خبرگزارى هاى كشورهاى جهان سوم در تهران است و در اين زمينه گام هايى مؤ ثر و سودمند برداشته است .

گـذشـتـه از خـبـرگـزارى هـاى مـلّى ، در بـيـشتر سازمان هاى منطقه اى و فراملّى ، مانند سازمان كـنـفـرانس اسلامى ، اوپك و جنبش عدم تعهّد، سازمان هايى به عنوان خبرگزارى پيش بينى شده اند.

نشريه داخلي يا خبرنامه چيست؟

محمد دشتي

        مقدمه

   نشريات داخلي، مي‌تواند نقش موثري را در ايجاد ارتباط متقابل و متعادل بين بخش‌هاي مختلف يك سازمان ايفا نمايند و فرصت‌ مناسبي را براي تشريح و تبيين اهداف سازماني و جلب مشاركت پرسنل، براي اداره سازمان فراهم آوردند.

   در حال حاضر نشريات درون سازماني به عنوان يك رسانه در اغلب سازمان‌ها منتشر مي‌شوند. اين نشريات در قالب‌هاي «نشريه داخلي»، «بولتن»، «خبرنامه»، «پيك» و … و در شكل و شمايل‌هاي متفاوتي به چاپ مي‌رسند.

      هدف نشريه داخلي

   روشن كردن افكار عمومي در سازمان و آگاهي داده به اعضاء در خصوص اتفاقات و اخباري كه در آن روي مي‌دهد و سهيم كردن آنان در سرنوشت خودشان از طريق تبادل افكار و آراء در شكل يك سند مكتوب مي‌تواند هدف و كاركرد اصلي «نشريات داخلي» باشد. همچنين پركردن اوقات فراغت كاركنان و خانواده آنان و پاسخ‌گويي به پرسش‌هاي كاركنان مي‌تواند از ديگر اهداف انتشار يك خبرنامه باشد.

   در يك وضعيت مطلوب و به شرطي كه كاركردهاي اصلي و رسالت واقعي اين گونه نشريات به درستي شناخته و به كار گرفته شوند، فرصت مناسبي براي بيان اهداف يك سازمان و همگرايي فكري، ذهني و علمي ميان مديريت و ديگر بخش‌هاي آن سازمان خواهد بود.

      تعريف نشريه داخلي

   نشريه داخلي يا خبرنامه، سند مكتوبي است كه در سازمان‌هاي دولتي يا غيردولتي در زمينه‌هاي اخبار سازمان، مسايل آموزشي، فني و تخصصي، فرهنگي و سياسي و نظاير آن (مرتبط با سياست‌ها و وظايف قانوني و در محدوده فعاليت‌هاي سازمان) منتشر و به منظور اطلاع‌رساني، ايجاد ارتباط و همگرايي فكري و عملي بين مسئولان سازمان و كاركنان و جلب نظر و همكاري طرفين بين اعضاي سازمان توزيع مي‌شود.

       محتواي نشريه داخلي

   با توجه به اهداف و ماموريت‌هاي يك سازمان نشريه داخلي از بخش‌هاي مختلفي تشكيل مي‌شود كه بخش‌هاي ذيل معمولاً مي‌توانند به عنوان بخش‌هاي اصلي مورد توجه قرار گيرند.

- سرمقاله (بيان خط و مشي‌هاي خبرنامه، مناسبت‌ها، پيام‌هاي اداري و )

- مقالات (آموزشي، تخصصي،‌ فرهنگي، اجتماعي، سياسي و )

-  گزارش (اداري، آموزشي، اختصاصي، فرهنگي، اجتماعي و )

- تريبون آزاد (ستون ويژه كاركنان و خوانندگان در قالب‌هاي مصاحبه، مقاله، نقد، پيشنهاد، خاطره و )

-  اخبار (پيشرفت‌هاي سازمان، اتفاقات جديد، اخبار انتصاب‌ها و (

-  مسابقه و سرگرمي (جدول، مسابقات، طنز، كاريكاتور و )

- تازه‌ها (در زمينه‌هاي علمي، فني، آموزشي، فرهنگي و )

   علاوه بر موارد ياد شده براي غناي نشريه و افزايش جذابيت آن با توجه به ماموريت‌ها و اهداف اصلي هر سازمان مي‌توان عناوين مرتبط ديگري چون: بهداشت، جامعه، ورزشي و … را به مطالب نشريه اضافه كرد.

    مديريت نشريه داخلي

   چاپ و دوام انتشار يك نشريه داخلي، نيازمند مديريت، سازماندهي و طراحي بر اساس اصول حرفه‌اي مربوط به آن مي‌باشد.

   وجود يك مدير مسئول و بخش‌هاي تحريريه، ويرايش، حروف چيني،‌ صفحه بندي، طراخي و عكاسي، نظارت بر چاپ و توزيع براي توليد يك نشريه داخلي ضروري مي‌باشد.

   همچنين با توجه به بخش‌هاي فوق يك تركيب نيروي انساني شامل: خبرنگار، گزارشگر، عكاس، طراح، صفحه بند، ناظر چاپ، ويراستار و متصدي توزيع براي اداره نشريه مورد نياز است و براي سامان دهي امور اجرايي و محتوايي نشريه نياز به يك سردبير و مدير اجرايي نيز مي‌باشد.

   با توجه به موارد فوق ساختار تشكيلاتي يك نشريه داخلي مي‌تواند به شرح زير باشد.

[آنچه باید در مورد نشریات و نحوه نشریه نگاری بدانیم](http://naseri.ibsblog.ir/post/10/)

آنچه باید در مورد نشریات و نحوه نشریه نگاری بدانیم

یکی از رسانه های جمعی که می تواند مخاطبین خود را تحت تاثیر قرار دهد نشریات می باشند ، به شکلی که کشورهای سلطه گر در سالهای اخیر تلاش داشتند تا از طریق گسترش این امر سلطه خود را بر جهانیان به اثبات برسانند . یکی از ابزار های تهدیدات نرم دشمن در حوزه فرهنگ ، نشریات و در راس آنها مجلات و روزنامه های هستند که به نوعی پایگاه دشمن محسوب می شوند و از اردوگاه آنها صدا های مشکوک و گاها ضد اسلام و هویت دینی به گوش می رسد . به نظر می رسد یکی از راههای مقابله با این تهدید نرم دشمن تولید نشریات با محتوی دینی است که در راستای تعمیق باورهای دینی و ارزشهای اسلامی مبتنی بر آموزه های دین مقدس اسلام شکل گرفته و به نحوی جامعه اسلامی ایران را که در حال گذر از دولت اسلامی و شکل گیری اولیه کشور اسلامی می باشد ، بتواند نقش مهمی در دفع آسیب های رسانه های جمعی در کلیه سطوح جامعه ، بویژه در حوزه مطبوعات ایفا کند .

یکی از مطالبات سازمان بسیج دانش آموزی و فرهنگیان کشور در این خصوص بحث تولید نشریات دانش آموزی می باشد . حوزه بسیج دانش آموزی مراغه در راستای این حرکت مقدس فرهنگی ضمن مد نظر قرار دادن مولفه های تولید یک نشریه موفق در حوزه ماموریتی خود ، اقدام به تولید مطالب لازم و قابل استفاده در زمینه نشریه نگاری به شرح ذیل می نماید . امید است این اقدام گام موثری باشد در جهت اقدامات سازنده و کاربردی در جهت تولید نشریاتی که بتواند در مقابل این هجمه سنگین فرهنگی باری از دوش نظام مقدس جمهوری اسلامی بردارد .

یکی از علل اصلی ورود بسیج دانش آموزی در حوزه تولید نشریات توسط دانش آموزان ، تقویت روحیه همکاری جمعی و ایجاد حس مسئولیت و تقسیم کار در راستای اهداف سازمانی می باشد . به جهت مسئولیت خاصی که برای بسیج تعریف شده است رویکرد اصلی در حوزه مسائل فرهنگی و مقابله با تهدید نرم دشمن ؛ رویکرد سیاسی ، امنیتی و دفاعی می باشد .

تعریف نشریه :

یک یا چند موضوع مکتوبی که در یک یا چند برگ کاغذ جمع بندی و با ذکر مشخصات مرجع تهیه کننده منتشر شود ، نشریه می گویند .

تقسیم بندی نشریات :

1 – نشریات از نظر شکل ظاهری 2 – نشریات از نظر زمان انتشار 3 – نشریات از نظر گستره توزیع 4 – نشریات از نظر جایگاه اجتماعی و هویت

انواع نشریات از نظر شکل ظاهری :

1 – نشریاتی که در یک یا چند برگ تا نخورده یا صحافی نشده منتشر می شوند .

2 – نشریاتی که در یک یا چند برگ تا خورده ولی صحافی نشده منتشر می شوند .

3 – نشریاتی که در چند برگ تا خورده و صحافی شده بصورت مجله منتشر می شوند که باید جلد داشته باشند .

4 – نشریاتی که بصورت دیواری هستند .

انواع نشریات از نظر زمان انتشار :

در این تقسیم بندی نشریات به هفت قسمت تقسیم می شوند ، 1 – روزنامه 2 – هفته نامه 3 – دو هفته نامه 4 – ماهنامه 5 – دو ماهنامه 6 – فصل نامه 7 – سال نامه

انواع نشریات از نظر گستره توزیع :

به چهار قسمت تقسیم می شوند :

1 – نشریات بین المللی که در یک یا چند کشور خارجی توزیع می شوند .

2 – نشریات سرا سری که در کل کشور توزیع می شوند .

3 – نشریات منطقه ای که در یک یا چند استان توزیع می شوند .

4 – نشریات محلی که در یک یا چند شهرستان توزیع می شوند .

انواع نشریات از نظر جایگاه اجتماعی و هویت :

این گروه از نشریات را می توان به 1 – نشریات سبز 2- نشریات زرد 3 – نشریات قرمز تقسیم کرد .

نشریات سبز : نشریاتی هستند که حاوی مطالب جدی ، اصولی ، مبنایی ، اسا سی ، مفید و مضررهستند .

نشریات زرد : نشریاتی هستند که بر عکس نشریات سبز ، حاوی مطالب جدی نیستند و برایشان مفید و مضرر بودن مطالب مهم نیست . آنچه برای آنها مهم است فروش و کسب درآمد است و به راست و دروغ بودن مطالب اهمیتی نمی دهند . بیش از 95% نشریات ورزشی ، هنری و حوادث نشریات زرد هستند و مشکل اساسی کشور در حوزه نشریات ، این قبیل نشریات می باشند .

نشریات قرمز : نشریات بدون مجوز قانونی و یا ممنوعه هستند که بصورت پنهانی منتشر می شوند .

مواردی که باید در تولید یک نشریه مورد توجه قرا بگیرند عبارتند از :

1 – وظیفه نشریه 2 – شکل ظاهری نشریه 3 – محتوی نشریه

\* نشریات از نظر وظیفه به سه گروه تقسیم می شوند :

1 – آموزش 2 – اطلاع رسانی 3 – تفریح و سرگرمی

نشریاتی که به هر سه موضوع می پردازند جزء نشریات موفق محسوب می شوند . نشریاتی که به وظیفه خاص مثلا" آموزشی می پردازند غالب مطالب باید در راستای وظیفه تعریف شده ، نگاشته شوند ( 70 % ) و برای جلوگیری از خستگی خواننده باید به سایر موضوعات در کنار آن بپردازد .

 \* شکل ظاهری نشریه

مواردی که لازم است در شکل ظاهری نشریه رعایت شود عبارتند از :

1 – نام و عنوان

2 – شناسنامه ( در این بخش باید سه موضوع نوشته شود : 1 – صاحب امتیاز 2 – مدیر مسئول و سردبیر 3 – آدرس )

3 – جلد برای نشریاتی که بصورت مجله منتشر می شوند . لازم به ذکر است در جلد مجله نباید چیزی نوشته شود به جزء نام و نوع مجله

4 – استفاده از فونت و قلم مناسب ( فونت 10 تا 12 برای نشریات غیر دیواری و فونت 14 تا 16 برای نشریات دیواری )

5 – فهرست مطالب

6 – تفکیک مطالب از یکدیگر بوسیله کادر ، پس زمینه یا رنگ خاص نه از طریق تغییر فونت و نوع قلم .

7 – قطع و اندازه که به سه شکل می باشد : 1 – رقعی ( کوچک ) 2 – وزیری ( متوسط ) 3 – خشتی ( بزرگ ) . در ضمن هرچه سن مخاطب کمتر باشد باید قطع مجله کوچک انتخاب شود .

v     برای نشریات دیواری اندازه 50 \* 70 و 70 \* 100 می باشد .

 8 – طراحی و صفحه بندی مناسب

9 – استفاده از عکس ها و طرح های مناسب

10- استفاده از کاغذ و رنگ مناسب

\* مواردی که باید در محتوی نشریه مد نظر قرار گیرد :

1 – انسجام مطالب

2 – مفید بودن مطالب

3 – تنوع قالب ها و مطالب

 4 – بومی سازی

5 – تناسب مطالب با هدف نشریه و مخاطب